

НОМИНАТИВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЭРГОНИМИИ ГОРОДА ИНВЕРНЕСС (ШОТЛАНДИЯ)

Капелюш Маргарита (УО МГПУ им. И. П. Шамякина, Беларусь)

Научный руководитель – Е. В. Ковалёва, канд. филол. наук, доцент

Исследование городского ономастикона позволяет выявить закономерности развития социума на определенном этапе. Названия объектов общественного питания, магазинов, спортивных объектов содержат интенции номинатора, чтобы название было успешным, привлекало потенциального покупателя. Такие имена собственные вслед за Н. В. Подольской мы определяем как эргонимы – «собственное имя делового объединения людей, в том числе союза, организации, учреждения, корпорации, предприятия, общества, заведения, кружка» [1, с. 151].

Цель нашего исследования – выявить номинативные особенности эргонимии г. Инвернесс (Шотландия), так как данные эргонимы еще не были предметом исследования.

Среди исследуемых эргонимов преобладают смешанные наименования, а именно отапеллятивные наименования с антропонимическим или топонимическим компонентом: оним *Leakey's Second-hand Bookshop* включает в себя лексемы *second-hand*, *bookshop* книжный магазин, который специализируется на продаже подержанных книг, и антропоним *Leakey*.

Эргоним *James Pringle Weavers* – название магазина в городе Инвернесс, который специализируется на продаже текстильной продукции, в том числе одежды и аксессуаров из шерсти, мотивированный антропонимом *James Pringle* и апеллятивом *weavers* ‘ткачи’. Наименование *Harris Tweed Isle Of Harris* содержит лексемы *tweed* ‘твид’, *isle* ‘остров’ и, вероятно, топоним *Harris*; данный магазин специализируется на продаже товаров из твидовой ткани, указывая на принадлежность товаров магазина к конкретной марке и месту производства. Оним *Victorian Market* мотивирован лексемой *market* ‘рынок’ и адъектоном викторианский, указывающим, что рынок в центре города Инвернесс был открыт в 1876 году, в годы правления королевы Виктории. В названии содержится указание на его архитектурный стиль, сочетающий в себе элементы викторианской эпохи. Название шотландской торговой компании, специализирующейся на продаже товаров для дома и текстиля, *Highland House of Fraser* содержит онимы *Highland* и *Fraser*, а также лексему *house* ‘дом’. Эргоним *Judith Glue* (магазин сувениров и подарков) мотивирован лексемой *glue* ‘что-то привлекающее внимание’ и антропонимом *Judith*.

Наименование *Young's Auld Sweetie Shop* (магазин сладостей и конфет) содержит лексемы *auld sweetie* ‘сладости с традиционными и старинными рецептами’, *shop* и имя собственное *Young*. Оним *The Cheese Pantry at Connage* (магазин сыров) соотносится с апеллятивами *cheese pantry* ‘сырная кладовка’ и топонима *Connage* в городе Инвернесс. Название магазина подчеркивает его специализацию на сырах, на широкий ассортимент сыров и других продуктов, произведенных на ферме *Connage* в Шотландии.

Таким образом, названия торговых объектов г. Инвернесс являются преимущественно смешанными онимными единицами, которые включают в себя и онимы, указывающие на владельца объекта или его местоположение, и апеллятивы, подчеркивающие ассортимент объекта, его разнообразие.

Список использованной литературы

1. Подольская, Н. В. Словарь русской ономастической терминологии / Н. В. Подольская. – М. : Наука, 1988. – 199 с.
2. Visit Scotland [Электронный ресурс]. – Inverness, 2024. – Mode of access: <https://www.visitscotland.com/places-to-go/inverness>. – Date of access: 15.02.2024.

ПЕРЕВОДЧЕСКИЕ ПРЕОБРАЗОВАНИЯ ПРИ ПЕРЕВОДЕ РУССКИХ НАРОДНЫХ СКАЗОК НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

(НА ПРИМЕРЕ СКАЗКИ «ПО ЩУЧЬЕМУ ВЕЛЕНЬЮ»)

Карпович Арина (УО ГрГУ им. Янки Купалы, Беларусь)

Научный руководитель – Т. П. Фундатор, канд. филол. наук, доцент

В настоящее время перевод играет ключевую роль как инструмент межкультурного взаимодействия. Это процесс, связывающий не только два языка, но и две культуры, требующий культурно-адекватного подхода, особенно актуального в переводе литературных произведений. Культурная адаптация при переводе фольклора является ключом к сохранению и передаче уникальности культурных ценностей. Неповторимость каждого языка и культуры порой создает сложности в поиске прямых аналогов при переводе. Достижение переводческой эквивалентности или «адекватности перевода» подразумевает использование переводчиком разнообразных языковых преобразований, затрагивающих все уровни языковой иерархии – фонетический, морфологический, лексический и синтаксический и называемых переводческими трансформациями [1, с. 189]. В этой работе рассматриваются примеры таких трансформаций на основе сказки «По щучьему веленью» [2] и её перевода на английский язык [3].

Синтаксическое уподобление или буквальный перевод применяется, когда структура оригинала превращается в аналогичную на целевом языке. Например, русская фраза «*По щучьему веленью, по моему хотенью*» становится на английском «*By the pike's wish, at my command*».

Замена является одной из наиболее частых трансформаций, к которой прибегают переводчики в процессе межкультурного диалога как устного, так и письменного. В переводе могут изменяться различные грамматические категории: формы слов, части речи и др. [1, с. 194]. Например, «*Емеля целый день лежит на печке, знать ничего не хочет*» превращается в «*Emelya stayed home and slept on the warm stove*».

При переводе сказки встречаются замены частей речи, такие как «прономинализация», при которой происходит замена имени существительного на местоимение. Фраза «*А он с печки: – “А тебе на что?”*» переводится как «*From the stove Emelya mumbled, “Why?”*».